

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción al neuromarketing y economía conductual</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Definiciones: neuromarketing y la economía conductual</p> <p>1.3. El origen del neuromarketing y la economía conductual como piezas clave de la investigación de mercados</p> <p>1.4. Las emociones: ¿qué son?</p> <p>1.5. Los primeros pasos del neuromarketing y la economía conductual y el rol de las emociones</p> <p>1.6. La gran omisión del sector de investigación de mercados y el reciente cambio de rumbo hacia el neuromarketing y la economía conductual</p> <p>1.7. El futuro del sector de investigación de mercados de la mano del neuromarketing y la economía conductual</p> <p>1.8. El neuromarketing y la economía conductual como nuevo marco teórico de la investigación de mercados</p> <p>1.9. Sistema 1 y sistema 2 de la mente</p> <p>1.10. El sistema 1 y el neuromarketing</p> <p>1.11. Referencias bibliográficas</p>	<p>Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales (0,25 puntos cada una)</p> <p>Foro: El rol presente y futuro del neuromarketing y la economía conductual dentro del sector de la investigación de mercados (1,5 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Introducción a la investigación cualitativa experiencial</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. ¿Qué es la investigación cualitativa?</p> <p>2.3. ¿Qué es la investigación cualitativa experiencial?</p> <p>2.4. Metodología de investigación cualitativa experiencial</p> <p>2.5. ¿Cómo se lleva a cabo la investigación cualitativa experiencial?</p> <p>2.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Trabajo: Entrevista cualitativa experiencial a un consumidor fan de una marca y reporte de los resultados (5 puntos)</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Neurocualitativos: Neuromarketing aplicado a la investigación cualitativa</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. ¿Qué son los neurocualitativos?</p> <p>3.3. ¿Qué son los neurocualitativos experienciales?</p> <p>3.4. ¿Cuál es el objetivo de los neurocualitativos experienciales?</p> <p>3.5. Tecnologías empleadas en los neurocualitativos experienciales</p> <p>3.6. Referencias bibliográficas</p>	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 4	<p>Tema 4. Aplicación del neuromarketing en la investigación cualitativa experiencial</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. ¿Cómo se empezó a aplicar el neuromarketing en la investigación cualitativa experiencial? El origen</p> <p>4.3. Pasos concretos a seguir para llevar a cabo un neurocualitativo</p> <p>4.4. Ejemplo real sobre la aplicación de los neurocualitativos en el sector bancario</p>	Test final (3 puntos)

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.